les études du CNC
mars 2023

Les frais d'édition des films français sortis en salles en 2021

Les frais d'édition des films français sortis en salles en 2021

Mars 2023

centre national du cinéma et de l'image animée

Le CNC tient à remercier les éditeurs de films qui ont répondu au questionnaire qui leur a été envoyé pour la réalisation de cette étude.

Centre national du cinéma et de l'image animée
Direction des études, des statistiques et de la prospective
291 boulevard Raspail 75675 Paris Cedex 14
Tél : 01.44.34.38.26
www.cnc.fr
ISSN : 1951-4751

Claire Cavaillé, Ganaëlle Labranche, Sophie Jardillier, Cécile Lacoue.

Sommaire

Objectifs et méthodologie 4
Objectifs 4
Méthodologie 4
Chiffres-clés 2021 6
Synthèse 7
I. Les films et les éditeurs analysés 10
A. Près de 93 % des films d'initiative française sortis en salles dans le panel 10
B. 41 éditeurs pour 156 films d'initiative française sortis en 2021 10
C. 9,5 % du coût définitif des films dédié aux frais d'édition 12
II. Structure des frais d'édition 14
A. Des frais d'édition moyens à la baisse malgré un retour à un rythme normal de sortie des films en salles 14
B. Des frais techniques portés par l'acheminement et le tirage des copies numériques 17
C. L'affichage et le cinéma, premières sources de dépenses en achats d'espaces 18
D. L'affiche, matériel publicitaire indispensable pour la promotion des films 20
E. Près de la moitié des dépenses en frais divers de promotion consacrées à l'évènementiel 21
III. Frais d'édition selon le type de films 22
A. Les frais moyens d'édition par film à leur plus bas niveau pour les fictions 22
B. Des frais d'édition moyens en recul pour les films non recommandés 23
C. Des frais d'édition moyens qui progressent avec l'importance de la combinaison de sortie 24
D. Une part plus importante des frais divers de promotion pour les films réalisant moins de 150 000 entrées 26
E. Des frais moyens d'édition étroitement corrélés au coût de production des films 27
Annexe 1 – Questionnaire 30

Objectifs et méthodologie

Objectifs

Depuis 2004, le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) analyse les frais d'édition (coûts de distribution) des films d'initiative française sortis en salles ayant reçu un agrément du CNC.

Cette étude mesure les principales évolutions des différents postes de coûts. Elle analyse notamment les effets de la numérisation des salles de cinéma sur les dépenses en frais techniques des distributeurs avec l'apparition des contributions numériques venues soutenir l'équipement des exploitants en projecteurs numériques et, aujourd'hui, leur fin prochaine liée, d'une part, à l'amortissement de ces derniers et, d'autre part, à la loi n°2010-1149 du 30 septembre 2010 qui stipulait que ces contributions prenaient fin le 31 décembre 2021.
Elle met également en lumière les différences de stratégie promotionnelle entre les éditeurs de films sur les achats d'espaces (avec des médias dont la portée est régionale ou nationale), d'une part, et les contacts privilégiés avec le public (avant-premières, déplacements des équipes), d'autre part.

Les frais d'édition des films d'initiative française sont analysés en fonction du genre, de la recommandation Art et Essai, de la combinaison de sortie, des entrées et du coût de production.

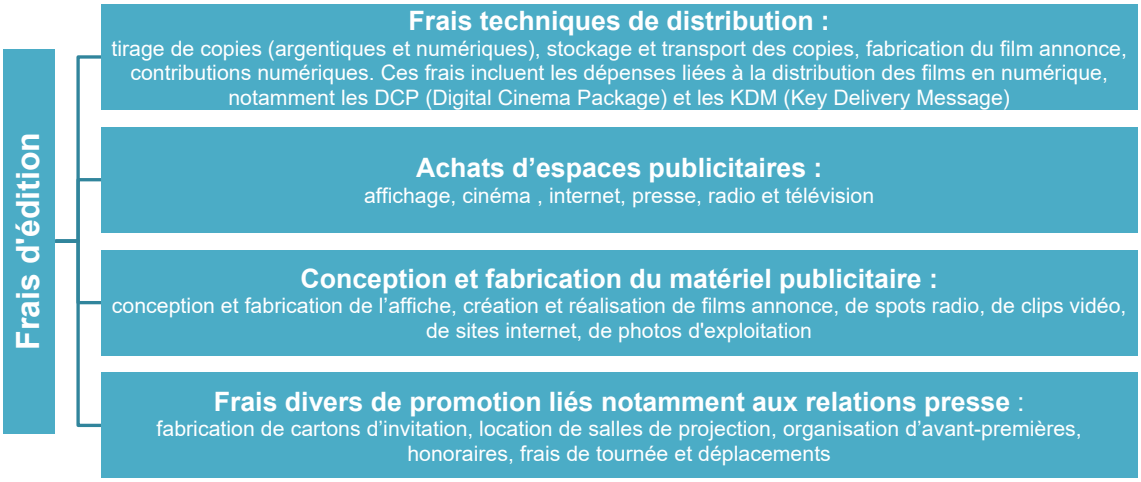
Méthodologie

Plusieurs sources d'information ont été utilisées pour collecter les données détaillées des frais d'édition des films d'initiative française agréés :

- Le soutien automatique à la distribution : pour toute mobilisation et génération de soutien financier, les distributeurs doivent envoyer au CNC les grands livres analytiques détaillant les dépenses de distribution pour chaque film agréé ou répondant aux autres critères prévus par le décret du 24 février 1999.
- La contribution Canal+ à la distribution : ce dispositif d'aide a fait l'objet d'une réforme qui est entrée en vigueur au 1er janvier 2016. L'aide est allouée aux films agréés dont la part française en production est au moins égale à 30 % du budget du film ; sortis en première exclusivité sur un nombre d'écrans compris entre 5 et 200 ; et dont les frais de sortie sont au minimum de 150 000 €.
- La contribution OCS à la distribution : l'aide est allouée aux films franco-européens, européens ou extra européens dont la part française en production est inférieure à 30 % du budget du film ; sortis en première exclusivité sur un nombre d'écrans compris entre 5 et 120 ; et dont les frais de sortie sont au minimum de 45 000 €.
- La contribution CNC à la distribution : elle concerne les films agréés sortis à partir du 1er janvier 2016. L'aide est allouée aux films agréés dont la part française en production est au moins égale à 30 % du budget du film ; sortis en première exclusivité dans un nombre d'établissements compris entre 5 et 200 ; et dont les frais de sortie sont au minimum de 45 000 €.

- Un questionnaire envoyé chaque année aux éditeurs de films permet de réunir les données des films qui ne sont couverts ni par la contribution Canal+, OCS ou CNC à la distribution, ni par le soutien automatique (films non générateurs de soutien ou n'ayant pas fait l'objet d'une mobilisation).

Pour effectuer une analyse homogène des frais d'édition, ces derniers sont regroupés au sein de quatre catégories :



A la suite de la mise en place des contributions numériques (VPF, Virtual Print Fee) en 2010, les dépenses liées au paiement de ces contributions ont été incluses dans les coûts de distribution pour la première fois en 2012. Elles sont intégrées aux frais techniques.
L'article 1 de la loi n°2010-1149 du 30 septembre 2010 relative à l'équipement numérique des établissements de spectacles cinématographiques fait mention que « *III. La contribution prévue au I n'est plus requise une fois assurée la couverture du coût de l'installation initiale des équipements de projection numérique des salles de l'établissement de spectacles cinématographiques concernées ou des établissements de spectacles cinématographiques mutualisant leurs financements, compte tenu des autres financements. Elle n'est plus requise au-delà d'un délai de dix ans après l'installation initiale des équipements de projection numérique, sans que ce délai n'excède le 31 décembre 2021* ».

Depuis 2018, les honoraires des agences de communication, community manager et web manager sont dissociés des honoraires des attachés de presse. Ces agences jouent un rôle plus ou moins important dans la promotion des films : de la conception d'une stratégie globale de promotion à une mission de conseil, en passant par des projets de création. Elles permettent à certains éditeurs de films d'externaliser tout ou partie de leur communication traditionnelle et/ou digitale. Ces dernières peuvent également faire de l'achat d'espaces pour les distributeurs.

Depuis le 5 août 2020, le décret n°2020-983 apporte des modifications au régime de publicité télévisée. Celui-ci mentionne que, par dérogation à l'article 8 du décret du 27 mars 1992, les éditeurs de services peuvent diffuser des messages publicitaires concernant le secteur du cinéma. Une première période d'expérimentation avait été ouverte jusqu'au 6 octobre 2022, celle-ci a été prolongée jusqu'au 6 avril 2024.

Chiffres-clés 2021

Echantillon de films

156 films
d'initiative française agréés sortis en salles…

… et distribués par
41 éditeurs de films

Les frais d'édition

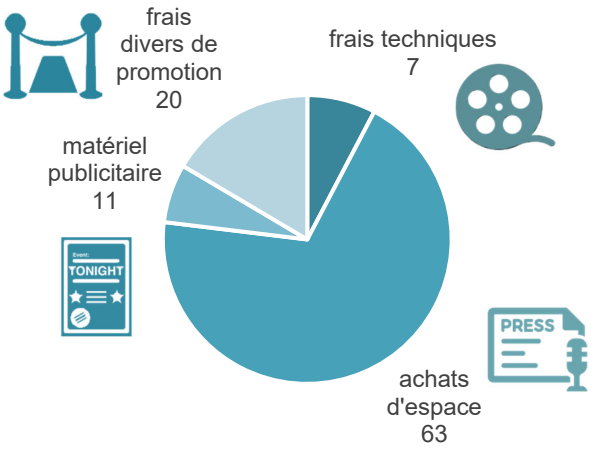
Frais d'édition cumulés :

68,2 M€

frais moyens d'édition :

437,1 K€

Structure des frais d'édition (%)



Frais moyens d'édition par catégorie

Fiction
509,8 K€

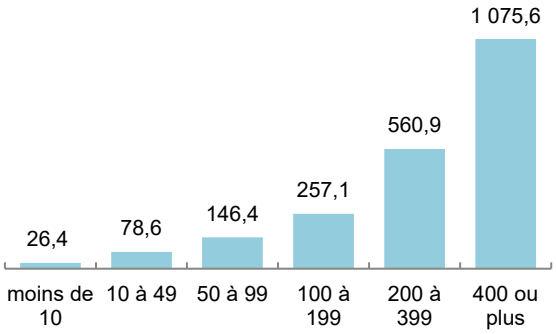
Animation
498,5 K€

Documentaire
106,4 K€

Art et Essai
257,0 K€

Frais moyens d'édition par film

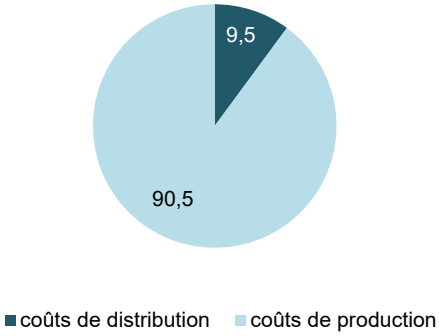
selon la combinaison de sortie (K€)[1]



[1] Etablissements programmant les films au cours de la première semaine d'exploitation.
Source : CNC.

Structure des coûts définitifs des films (%)

= coût de production + frais d'édition
Le coût définitif moyen s'établit à **4,7 M€**



Synthèse

Des frais moyens d'édition à leur plus bas niveau depuis 2004, en grande partie lié à la dématérialisation de la distribution des films

Le périmètre de cette étude se limite aux films d'initiative française agréés. L'échantillon compte 156 films d'initiative française agréés sortis en salles en 2021 (soit 96,3 % des films d'initiative française sortis en 2021) distribués par 41 éditeurs, un niveau bas au regard de la décennie tant en termes de nombre de films (plus bas niveau depuis 2005, 150 films), que de nombre d'éditeurs actifs (plus bas niveau depuis 2011, 41 éditeurs), l'un dépendant naturellement de l'autre.

Ce faible nombre de sorties est dû à la fermeture des salles jusqu'au 19 mai 2021. Cependant, sur la période d'ouverture, 2021 revient à un rythme normal de sorties par semaine. Six films d'initiative française agréés sortent chaque semaine, contre cinq films en 2019. Par rapport à 2020, l'offre de films s'est donc élargie et a entraîné une hausse des frais d'édition totaux (68,2 M€, contre 46,3 M€ en 2020).

En moyenne cependant, le montant alloué à la distribution d'un film se réduit à nouveau en 2021 à 437,1 K€ (-6,5 % par rapport à 2020 et -31,9 % par rapport à 2004), à son plus bas niveau depuis 2004. Cette baisse est largement imputable aux frais techniques (29,5 K€ par film en 2021, contre 40,1 K€ en 2020 et 208,4 K€ en 2004). La généralisation de la projection numérique a permis aux éditeurs de faire une économie d'échelle grâce à des coûts de copie bien moins importants et à la réduction, puis l'arrêt fin 2021, des VPF (contribution des éditeurs à destination des exploitants afin de les accompagner dans le financement de leur matériel de projection numérique). Sans les frais techniques, les frais moyens d'édition par film atteignent 407,5 K€ en 2021, un recul plus limité par rapport à 2020 (-4,6 %) et à 2004 (-6,0 %).

La répartition des frais techniques a d'ailleurs subi une profonde mutation depuis 2004. Jusqu'en 2011, le tirage de copies (argentiques en large majorité) représentait les ¾ des dépenses sur ce poste. Entre 2012 et 2019, les VPF ont pris le relais, totalisant entre 45 % et 75 % des frais techniques. A partir de 2018, la part dédiée au transport et à l'envoi dématérialisé progresse, en faisant un important poste de dépenses : 31,9 % en 2021 (3,2 % en 2007), à égalité avec le tirage de copies.

La baisse sur longue période des frais d'édition touche tous les types de films, quel que soit leur genre, leur recommandation ou leur combinaison de sortie. A noter que ces frais augmentent avec la combinaison de sortie, passant de 26,4 K€ pour un film sorti dans moins de 10 établissements en première semaine en 2021 à 1 075,6 K€ pour un film sorti dans 400 établissements ou plus.

Près de 10 % des coûts définitifs alloués aux frais d'édition

Parmi les 156 films de l'échantillon, le CNC dispose du coût de production de 151 films permettant de calculer un coût définitif (coût de production + frais d'édition) à 4,65 M€ en moyenne, soit un des plus bas niveaux depuis 2004. Ce coût recule par rapport à 2020 (4,76 M€) mais reste supérieur à 2019 (4,55 M€). Les frais d'édition représentent 9,5 % du coût définitif, dans la fourchette basse sur l'ensemble de la période, au niveau de 2018 (9,5 %), mais au-dessus de celui de 2017 (9,0 %) qui constitue le point bas.

Une place plus importante d'Internet et de la télévision dans les achats d'espaces publicitaires

Depuis 2015, les achats d'espaces cumulent chaque année plus de la moitié des frais d'édition (62,9 % en 2022). En moyenne, les éditeurs consacrent 274,7 K€ par film à l'achat d'espaces publicitaires (-4,5 % par rapport à 2004) et 47,7 K€ par film pour le matériel publicitaire (-3,0 % par rapport à 2004). Ces deux postes enregistrent les plus faibles baisses sur la période.

Depuis 2007, Internet est venu bousculer les grands équilibres, les éditeurs lui consacrant une part en hausse continue sur la période. L'achat d'espaces Internet avoisine les 20 % en 2020 et 2021 (17,7 % en 2019 et 5,3 % en 2007), niveau qui peut s'expliquer, pour ces deux années, par un contexte de crise sanitaire qui a accéléré la digitalisation des campagnes. Par ailleurs, la part considérée ici doit être appréhendée comme un niveau plancher, de nombreux éditeurs assurant en interne la promotion de leurs films sur leurs réseaux sociaux (non valorisé ici).

La part du cinéma est également en hausse sur la période, passant de 13,5 % en 2007 à 21,9 % en 2021. Elle a cependant reculé pendant les deux années de crise sanitaire du fait de la fermeture temporaire des salles, et reste loin du niveau d'avant crise (32,7 % en 2019).

Autre facteur qui a impacté la répartition des investissements sur les différents médias, l'ouverture de la publicité à la télévision pour la promotion des sorties en salles. Le média TV totalise 13,8 % des achats d'espaces en 2021, contre 0,9 % en 2019, année précédant l'ouverture.

En lien direct avec la publicité sur Internet, au cinéma et à la télévision, le film annonce concentre, en 2021, 24,9 % des dépenses en matériel publicitaire, en hausse sensible depuis le début de la crise sanitaire (20,0 % en 2019 et 10,8 % au début de la décennie).

Même si sa part est en net retrait sur la période (34,1 % des achats d'espaces en 2021, contre 56,4 % en 2008, point haut de la période), l'affichage reste le premier média dans les dépenses des éditeurs. Par ailleurs, l'affiche (création + frais techniques) est le premier poste de dépenses du matériel publicitaire, totalisant 56,8 % de ces dépenses en 2021. Au-delà de servir à la campagne d'affichage urbaine, elle est indispensable aux cinémas pour la promotion du film sur le lieu de vente.

Une part importante des frais divers de promotion consacrée à l'évènementialisation des sorties et aux animations

En moyenne, 85,1 K€ par film ont été investis en frais divers de promotion en 2021, soit une hausse par rapport à 2020 (+3,5 %) et un maintien par rapport à 2019 (+0,8 %). 19,5 % des frais d'édition sont consacrés à ces dépenses, soit un plus haut niveau historique.

Au regard de la crise sanitaire, les éditeurs ont maintenu une place importante à l'évènementiel. Malgré une baisse et un plus bas niveau enregistré depuis 2011, les frais de tournée et de déplacement restent le premier poste de dépenses en frais divers de promotion à 19,0 %. Les animations et réceptions organisées autour de la sortie des films représentent 18,9 % des dépenses du poste, un retour au niveau prépandémique (18,9 % en 2019). L'évènementiel passe également par l'organisation de projections privées qui nécessite la location de salles de projection (5,1 % en 2021 et 6,0 % en 2019) et l'invitation de la presse et/ou de personnalités aux projections privées et/ou aux avant-premières (8,1 % en 2021 et 8,3 % en 2019).

Les dépenses en frais divers de promotion tiennent une place plus importante dans les frais d'édition des documentaires (30,2 % en 2021) au détriment de l'achat d'espaces (47,7 %). Ce choix découle, en premier lieu, de l'économie plus restreinte de ces films. Les frais moyens

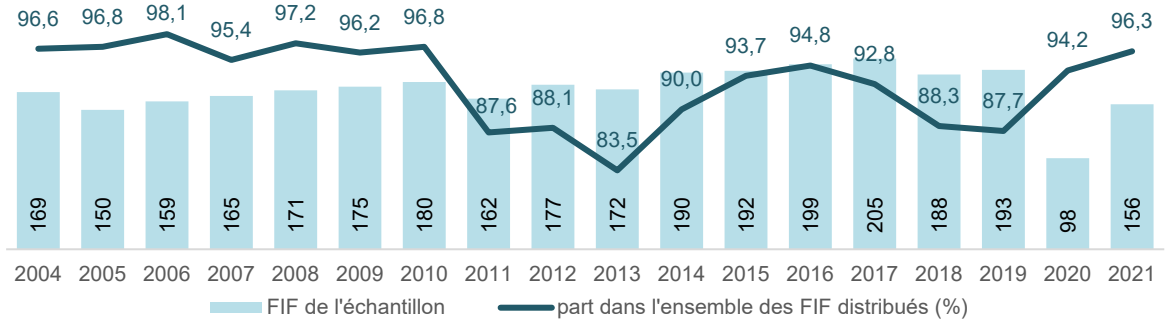
d’édition pour un documentaire s’élèvent à 106,4 K€ en 2021, soit 5 fois moins que pour un film de fiction ou d’animation.
Les films avec une petite combinaison de sortie ont également davantage recours à l’évènementiel et aux animations, un moyen moins coûteux et plus ciblé de faire la promotion des films : les frais divers de promotion atteignent 38,2 % pour les films sortis dans moins de 10 établissements en première semaine (33,8 % pour les achats d’espaces), contre 15,9 % pour ceux sortis dans 400 établissements ou plus (67,8 % pour l’achat d’espaces).

I. Les films et les éditeurs analysés

A. Près de 93 % des films d'initiative française sortis en salles dans le panel

L'analyse des frais d'édition porte sur un échantillon de 3 102 films d'initiative française agréés sortis en salles entre 2004 et 2021. Certains films ont été exclus de l'étude en raison de l'absence de réponse du distributeur au questionnaire. L'échantillon représente donc 92,7 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés distribués sur la période 2004-2021.
L'année 2021 a été marquée positivement par la réouverture des salles de cinéma le 19 mai. Toutefois, de nombreuses règles sanitaires étaient toujours en vigueur : jauges et couvre-feux à la réouverture et jusqu'au 30 juin, passe sanitaire obligatoire à partir du 21 juillet pour l'accès aux établissements culturels notamment et ce jusqu'à la fin de l'année. Les frais d'édition de 156 films ont pu être collectés pour l'année 2021, soit 96,3 % des films d'initiative française agréés sortis dans l'année.

Nombre de films d'initiative française agréés selon l'année de sortie en salles

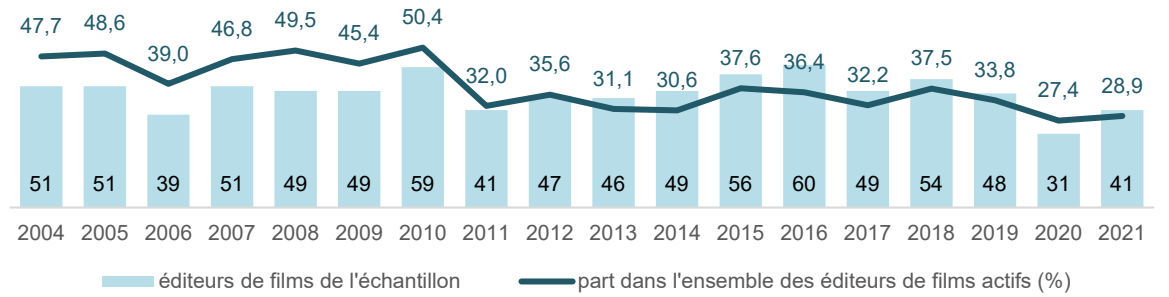


FIF = films d'initiative française. / Source : CNC.

B. 41 éditeurs pour 156 films d'initiative française sortis en 2021

En 2021, 41 éditeurs de films ont assuré la sortie en salles des 156 films d'initiative française de l'échantillon. Le nombre de sociétés actives sur le segment est légèrement plus élevé qu'en 2020 mais reste dans la fourchette basse au regard des années précédentes : 48 sociétés actives en moyenne chaque année avec des pics à 60 en 2016 et à 59 en 2010. Entre 2004 et 2010, la part des sociétés actives sur le segment des films d'initiative française représentait quasi systématiquement plus de 40 % des éditeurs actifs chaque année (éditeurs ayant distribué au moins un film en première exclusivité dans l'année). Depuis 2011, ce taux est toujours en dessous de 40 %, en 2020, il est passé sous la barre des 30 %.

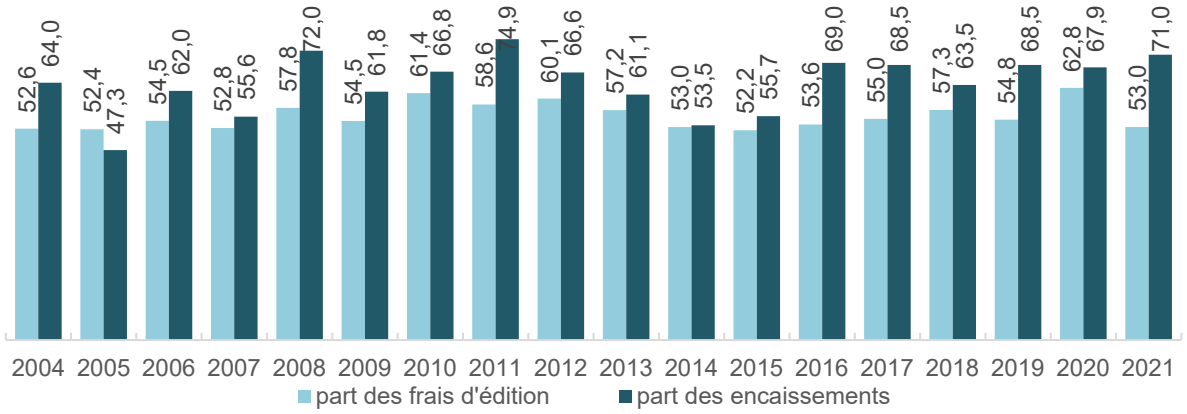
Nombre d'éditeurs de films représentés



Source : CNC.

En 2021, les cinq plus importants éditeurs de films d'initiative française agréés (en termes de frais d'édition) réalisent une part de marché (en termes d'encaissements distributeur) de 71,0 % (+3,1 points par rapport à 2020).
Au regard de la période, la concentration s'est légèrement accrue sur les encaissements ; les éditeurs ayant le plus financé la sortie de leurs films en salles semblent avoir encore davantage tiré parti de leur investissement massif. Toutefois, il convient de rappeler que le nombre d'éditeurs actifs est à un de ses plus bas niveaux, par conséquent, les encaissements se répartissent sur un nombre plus restreint de sociétés, ce qui favorise la concentration.

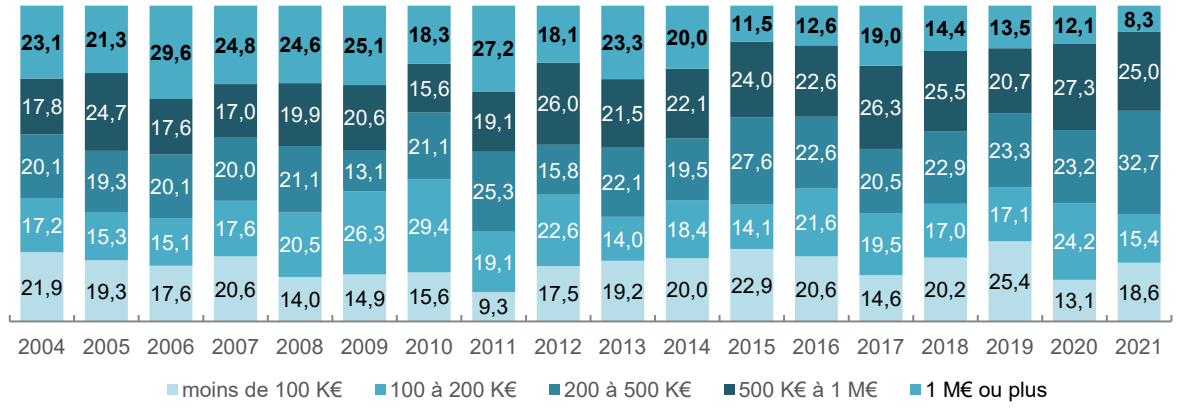
Evolution du poids des cinq premiers éditeurs de films en termes de frais d'édition (%)



Source : CNC

En termes de frais d'édition, la concentration se réduit en 2021 par rapport à 2020 (53,0 % investis par les cinq plus importants éditeurs de films, contre 62,8 %), en raison d'une baisse des frais d'édition moyens par film engendrée par une hausse massive du nombre de films avec des frais d'édition inférieurs à 100 000 € (29 films, +123,1 %) et du nombre de films avec des frais d'édition compris entre 200 000 € et 500 000 € (51 films, +121,7 %). Ces films représentent respectivement 18,6 % (13,1 % en 2020) et 32,7% (23,2 % en 2020) des films de l'échantillon en 2021. Par ailleurs, la part de films totalisant 1 M€ ou plus de frais d'édition s'établit à 8,3 % en 2021, contre 12,1 % en 2020. Sur l'ensemble de la période, la concentration observée en 2021 en termes de frais d'édition est dans la fourchette basse.

Répartition des films d'initiative française agréés selon la tranche de frais d'édition



Source : CNC

Gaumont arrive en tête (5e en 2020) et concentre 12,5 % de l'ensemble des frais d'édition des films d'initiative française agréés sortis en 2021 (11,6 % en 2020). L'éditeur réalise 15,7 % des encaissements de l'année sur les films d'initiative française du périmètre (11,4 % en 2020), notamment grâce au film *Adieu les cons,* d'Albert Dupontel.
StudioCanal, deuxième en termes de frais d'édition (12,0 % en 2021, contre 11,9 % en 2020), capte 16,3 % des encaissements (14,1 % en 2020) avec le succès notamment de *10 jours sans Maman*. En 2020, StudioCanal était 3e au classement.
Pathé est présent dans le classement sur toute la période (1er distributeur tous les ans sauf en 2004, 2006, 2016, 2017 et 2021).

Les principaux éditeurs de films d'initiative française sortis en 2021

	nombre de films	frais d'édition (%)	part des encaissements (%)
Gaumont	8	12,5	15,7
StudioCanal	8	12,0	16,3
Pathé	7	11,2	15,5
SND	6	9,7	17,4
UGC	7	7,7	6,0
total des 5 premiers	**36**	**53,0**	**71,0**

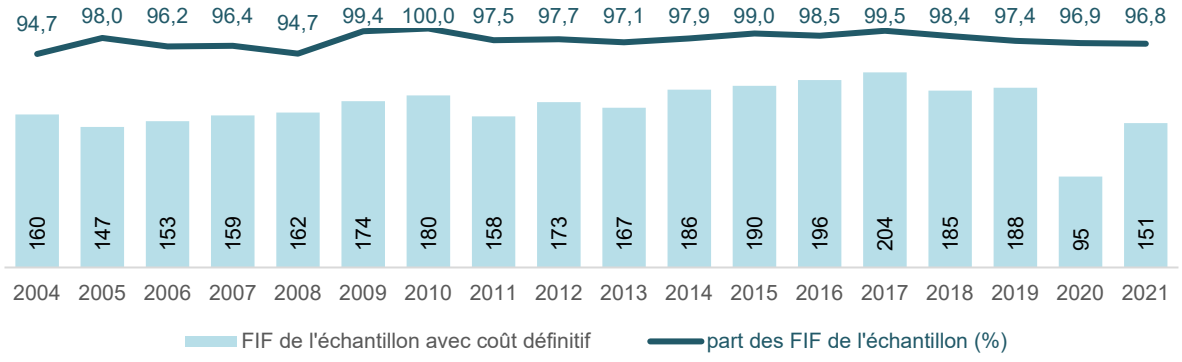
Source : CNC.

C. 9,5 % du coût définitif des films dédié aux frais d'édition

Remarque méthodologique

Le CNC dispose des coûts de production de 3 028 films parmi les 3 102 films de l'échantillon, soit 97,6 % (151 films parmi les 156 films de 2021, soit 96,8 %). Ces données sont issues des dossiers d'agrément de production. Dans les analyses qui suivent, les coûts de production et de distribution ont été additionnés afin d'appréhender le coût définitif d'un film au moment de sa sortie en salles.

Nombre de films d'initiative française agréés pour lesquels le détail des coûts de production est disponible

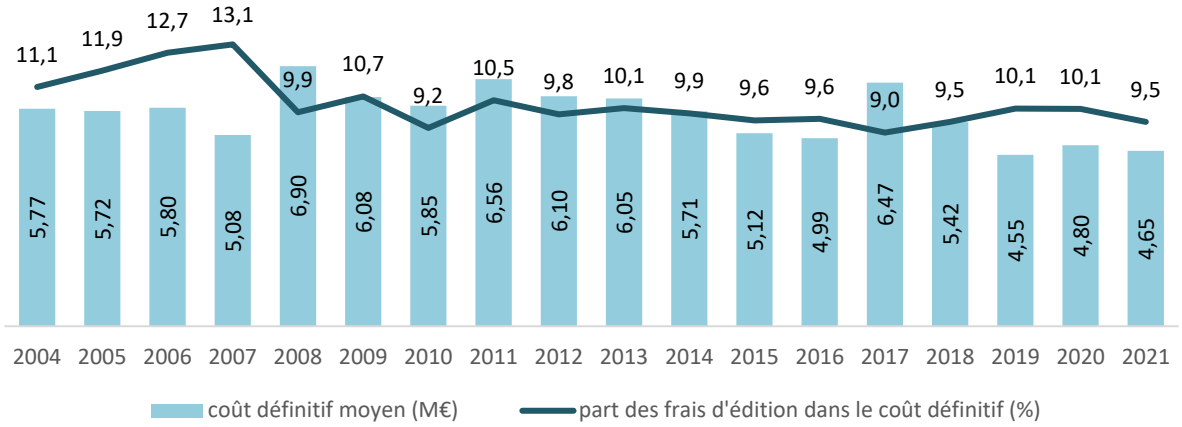


Source : CNC.

En moyenne, le coût définitif d'un film d'initiative française sorti en salles entre 2004 et 2021 s'établit à 5,66 M€. Sur la période, celui-ci est dans une tendance baissière, atteignant son plus bas niveau en 2019 à 4,55 M€. En 2021, le coût définitif d'un film d'initiative française sorti en salles atteint 4,65 M€, deuxième plus bas niveau depuis 2004, après 2019.

Sur la période 2004-2021, les frais d'édition d'un film d'initiative française représentent, en moyenne, 10,3 % de son coût définitif. En 2021, cette part s'élève à 9,5 %, un niveau similaire à celui observé sur la période 2015-2018.

Coûts définitifs[1] moyens et part des frais d'édition des films d'initiative française agréés



[1] Coût définitif = coût de production + frais d'édition.
Source : CNC.

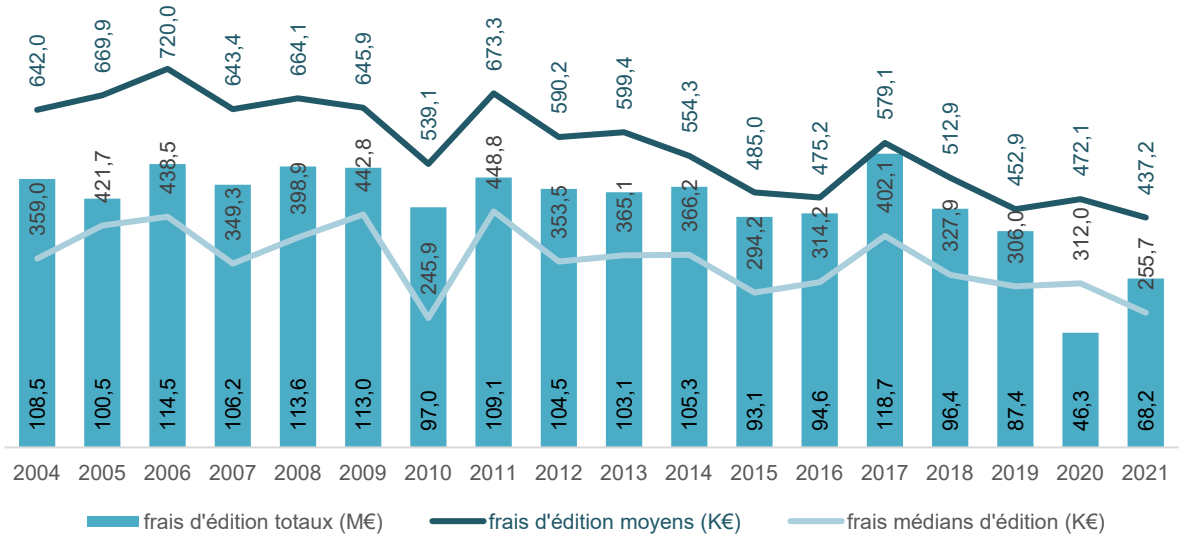
II. Structure des frais d'édition

A. Des frais d'édition moyens à la baisse malgré un retour à un rythme normal de sortie des films en salles

Les frais d'édition cumulés des 156 films d'initiative française agréés de l'échantillon sortis en salles en 2021 s'élèvent à 68,2 M€. La réouverture des salles après 138 jours de fermeture sur l'année 2021 et le retour à un rythme de sortie des films d'avant-crise (6 films d'initiative française agréés par semaine en 2021, contre 5 en 2019) a entraîné une augmentation des frais d'édition sur un an (+47,4 % par rapport à 2020 et -22,0 % par rapport à 2019). Par rapport à 2020, le nombre de films progresse de 57,6 % (-19,2 % par rapport à 2019).

Inscrits dans une tendance à la baisse depuis 2004 et malgré un léger rebond en 2020, les frais moyens d'édition par film atteignent leur plus bas niveau en 2021 à 437,1 K€ (-23,8 % par rapport à la moyenne observée sur l'ensemble de la période 2004-2021, à 573,8 K€). Toutefois, la baisse est largement imputable aux frais techniques et notamment à l'arrivée des copies numériques qui ont largement réduit ce poste de dépenses sur la période. Hors frais techniques, les frais moyens d'édition s'élèvent à 407,5 K€ en 2021, soit un recul plus limité de 4,6 % par rapport à 2021 et de 6,0 % par rapport à 2004 (-5,2 % par rapport à la moyenne des frais moyens d'édition sur l'ensemble de la période, à 429,8 K€).
En 2021, le coût médian diminue par rapport à 2020 à 255,7 K€ (-18,0 %). La tendance des coûts médians sur la période épouse celle des coûts moyens. L'écart entre les deux tend toutefois à se réduire en fin de période.

Frais d'édition totaux et moyens des films d'initiative française



Source : CNC.

En 2021, le premier film en termes de frais d'édition est *Kaamelott – Premier Volet*, distribué par la Société Nouvelle de Distribution, suivi de *Bac Nord*, distribué par Studiocanal. *Kaamelott – Premier Volet* est le film ayant été diffusé dans le plus grand nombre d'établissements en première semaine en 2021.

Classement des cinq premiers films d'initiative française en termes de frais d'édition en 2021

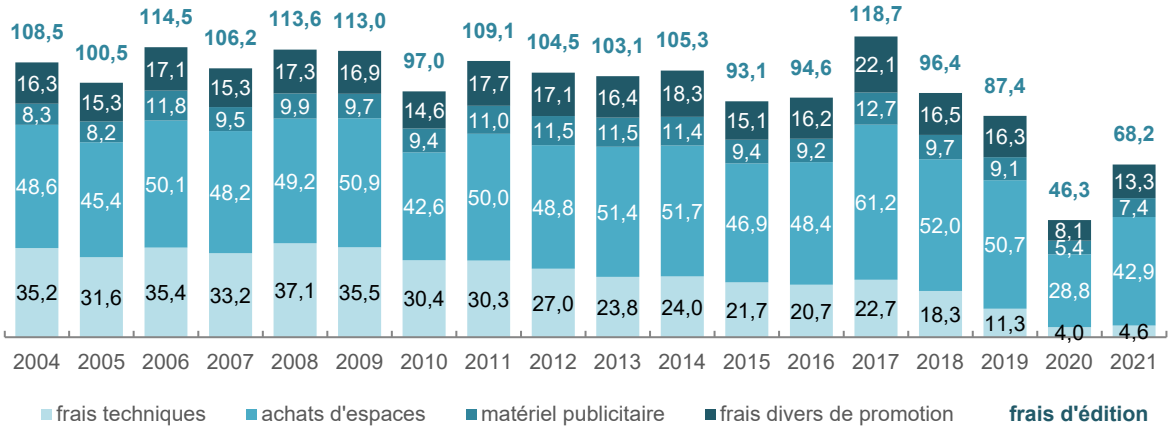
rang	titre	éditeur	genre	nb. d'établissements[1]
1	*Kaamelott – Premier Volet*	Société Nouvelle de Distribution	comédie	900
2	*Bac Nord*	Studiocanal	thriller	637
3	*Les Tuches 4*	Pathé Films	comédie	843
4	*Aline*	Gaumont	biographie	799
5	*Eiffel*	Pathé Films	drame	713

[1] Etablissements programmant les films au cours de la première semaine d'exploitation.
Source : CNC.

Les frais d'édition étant en lien direct avec l'ambition des films mais également avec l'ambition des films concurrents, les frais d'édition totaux sont relativement fluctuants sur la période. Ils dépassent la barre des 100 M€ onze fois et atteignent leur plus haut niveau en 2017 à 118,7 M€. Ils étaient toujours supérieurs à 90 M€ jusqu'en 2018. En 2021, ils s'élèvent à 68,2 M€.
Les frais techniques reculent sensiblement pour atteindre 4,6 M€ en 2021 (-86,9 % par rapport à 2004). La généralisation de la projection numérique au cours de la période entraîne une première baisse en 2010 et une seconde en 2012, au gré de l'avancée de la numérisation des salles (33,3 % des salles équipées à fin décembre 2010 et 91,1 % à fin décembre 2012). A partir de 2014, l'intégralité du parc de salles français est équipée pour la projection numérique. La baisse est ensuite contenue puisqu'apparaissent à la même époque les VPF versés par les distributeurs en soutien à l'investissement des exploitants. Dès 2019, nombre d'exploitants sont arrivés à amortissement complet de leurs équipements et ne perçoivent plus de VPF. Les frais techniques reposent désormais quasi uniquement sur les tirages de copies numériques (disques durs et KDM) et sur le transport de ces dernières.

Entre 2004 et 2021, les dépenses moyennes par film diminuent pour l'ensemble des postes. Les frais techniques enregistrent la baisse la plus importante sur la période pour atteindre une moyenne de 29,5 K€ par film en 2021 (-85,8 % par rapport à 2004). Le poste des frais divers de promotion se réduit de 11,8 % à 85,1 K€ par film, celui des achats d'espaces de 4,5 % à 274,7 K€ par film et celui des dépenses en matériel publicitaire de 3,0 % à 47,7 K€ par film.
Par rapport à 2020, la moyenne par film progresse uniquement pour le poste des frais divers de promotion (+3,5 %), retrouvant un niveau supérieur à celui de 2019 (84,1 K€ par film, +0,8 %). Les éditeurs de films semblent avoir davantage misé sur les animations et l'événementialisation faites autour des films. A contrario, les dépenses moyennes par film en achats d'espaces reculent entre 2020 et 2021 mais restent supérieures à la moyenne observée en 2019 (262,8 K€ par film) et se placent juste au niveau de 2018 (276,5 K€). Les achats d'espaces publicitaires télévisés ont largement augmenté avec l'ouverture de la publicité TV au secteur du cinéma : 37,9 K€ consacrés, en moyenne par film, à la publicité télévisée, soit une hausse de 76,3 % par rapport à 2020 qui fait suite à une multiplication par 10 de ce montant entre 2019 et 2020. Ces achats sont, en 2021, plus élevés que ceux réservés à la presse.

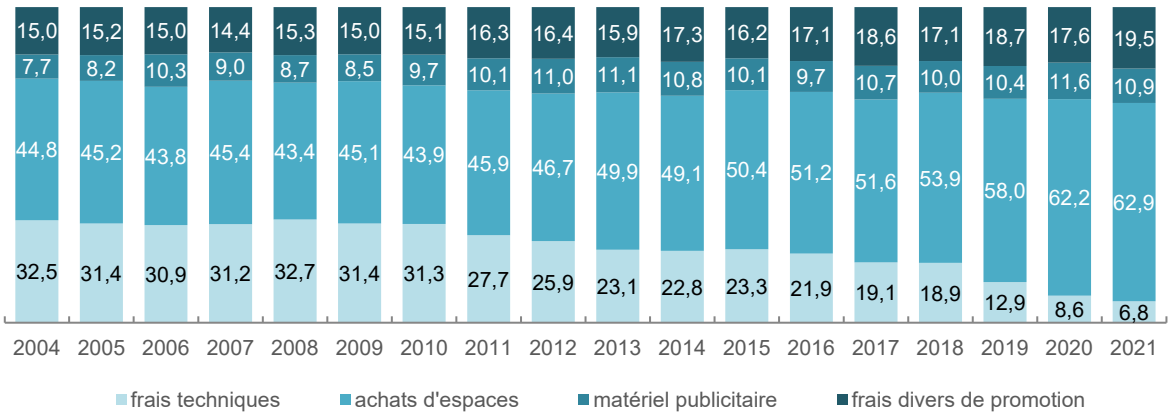
Frais d'édition des films d'initiative française selon le poste de dépenses (M€)



Source : CNC.

Pour la septième année consécutive, la part des frais liés aux achats d'espaces représente plus de 50 % des coûts de distribution et croît nettement en 2021 pour atteindre la part la plus élevée de la période à 62,9 %. A l'inverse, la part captée par les frais techniques se réduit fortement à 6,8 %, soit le niveau le plus bas jamais atteint. Cette forte baisse s'explique notamment par la diminution des contributions numériques dès 2019 liée au fait que nombre d'exploitants ont déjà amorti le coût initial de leur équipement de projection numérique. A noter que la baisse des frais techniques entraîne une hausse mécanique du poids des achats d'espaces et des dépenses en matériel publicitaire dans la structure des frais d'édition, sans présumer d'une hausse en valeur absolue. La part captée par les frais liés à la conception du matériel publicitaire diminue légèrement à 10,9 % en 2021 mais reste à l'un de ses plus hauts niveaux au regard de la période, quand celle des frais divers de promotion augmente à 19,5 %, à son plus haut niveau depuis 2004.

Structure des frais d'édition des films d'initiative française (%)



Source : CNC.

B. Des frais techniques portés par l'acheminement et le tirage des copies numériques

Remarque méthodologique

Dans les parties qui suivent, le détail des dépenses par poste n'est disponible qu'à partir de 2007.

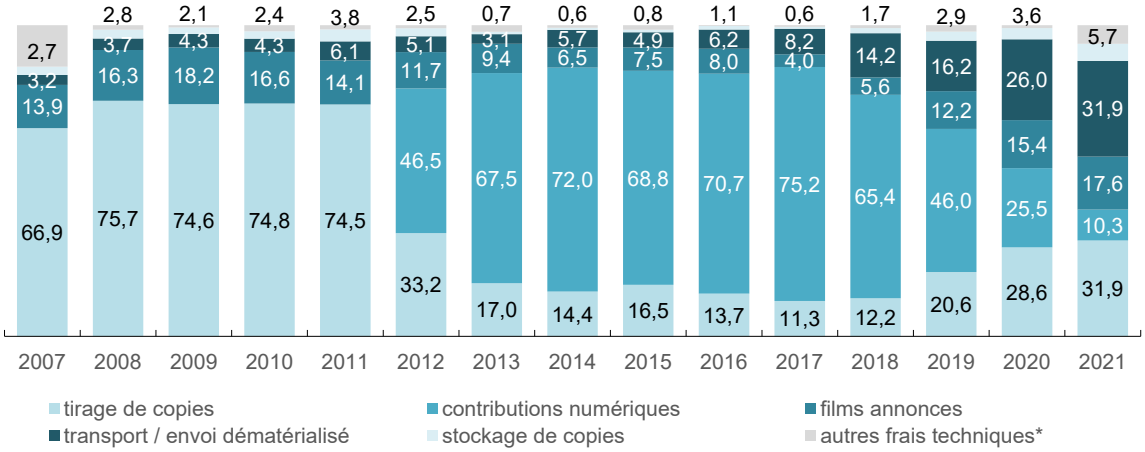
En 2021, le tirage des copies (tirage de copies argentiques, fabrication des DCP -Digital Cinema Package- et des KDM -Key Delivery Message) capte 31,9 % des dépenses techniques tous films confondus. Même si la fabrication des KDM peut entraîner des coûts importants, il existe une différence nette entre la projection numérique actuelle et la projection argentique de 2007 où le tirage des copies représentait 66,9 % des frais techniques.

Le transport / envoi dématérialisé est la deuxième dépense la plus importante sur ce poste depuis 2017 (31,9 % des frais techniques, contre 26,0 % en 2020 et 3,2 % en 2007), devant les films annonces. 1,35 M€ sont ainsi dépensés par les éditeurs de films pour l'acheminement de leurs copies numériques (disque dur ou envoi dématérialisé) en 2021, soit +30,9 % par rapport à 2020, hausse liée en partie à la progression du nombre de films sortis en salles (+57,6 %), et -25,9 % par rapport à 2019, baisse liée au recul de l'offre de films en première exclusivité (-20,2 %). En moyenne, 8,7 K€ par film sont consacrés au transport / envoi dématérialisé, en recul par rapport à 2020 (-16,9 %) et par rapport à 2019 (-8,3 %) mais en nette augmentation par rapport à 2007 (+34,6 %).

Les contributions numériques, versées par les éditeurs de films aux exploitants de salles ou aux tiers investisseurs, sont intégrées aux coûts de distribution depuis 2012. Elles captent seulement 10,3 % de l'ensemble des frais techniques en 2021 (25,5 % en 2020, 46,5 % en 2012). Cette baisse est notamment dû au fait qu'un certain nombre d'établissements ont amorti leurs projecteurs numériques.

En 2021, le tirage des films annonces capte 17,9 % des frais techniques, une part qui revient à des niveaux déjà observés en début de période mais qui avait considérablement baissé lorsque les contributions numériques étaient au plus haut. Les autres frais techniques (sous-titrage, doublage et autres frais) apparaissent marginaux dans le budget de sortie des films d'initiative française agréés. En 2021, le sous-titrage représente 0,2 % des frais techniques (0,4 % en 2007) et le doublage 1,7 % (0,3 % en 2007).

Répartition des dépenses en frais techniques (%)



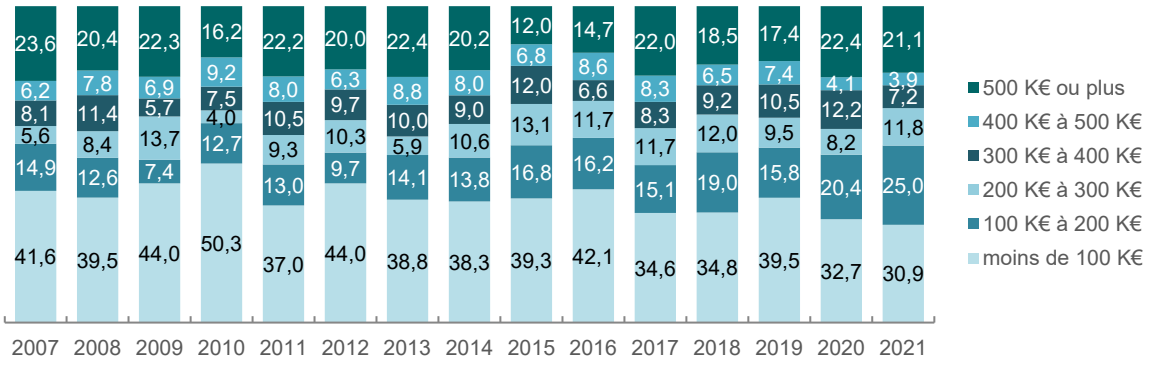
* Sous-titrage / doublage / autres frais techniques.

Source : CNC.

C. L'affichage et le cinéma, premières sources de dépenses en achats d'espaces

En 2021, 56,2 % des films dépensent moins de 200 K€ en achats d'espaces publicitaires (52,6 % en 2020, 56,5 % en 2007) et 21,2 % des films plus de 500 K€ (22,7 % en 2020, 23,6 % en 2007).
Par rapport à 2019 et également par rapport à 2007, la part des films avec moins de 100 K€ d'achats d'espaces publicitaires recule (respectivement -8,6 points et -10,7 points). A l'inverse, la part de ceux entre 100 K€ et 200 K€ progresse (respectivement +9,2 points et +10,1 points). Il semblerait que les éditeurs de films nivellent par le haut les campagnes de promotion pour leurs films volontairement ou pour répondre à une augmentation des tarifs.

Répartition des films selon le montant de dépenses en achats d'espaces (%)



Source : CNC.

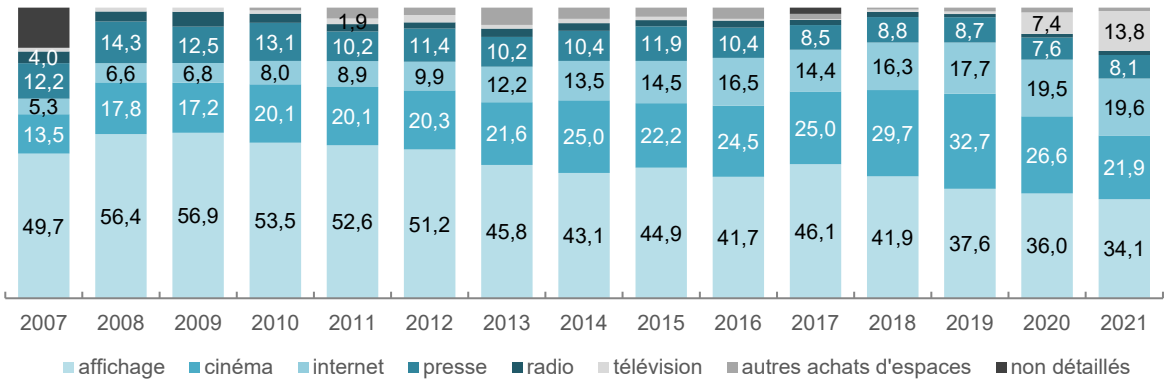
Au cours de la période 2007-2021, la répartition des achats d'espaces publicitaires a fortement évolué. La part des achats d'espaces dans les établissements cinématographiques progresse entre 2007 et 2021, passant de 13,5 % des dépenses en achats d'espaces à 21,9 %. La part des bandes-annonces gratuites diffusées en salles ayant été réduite au profit des bandes-annonces payantes, les dépenses des éditeurs de films en achats d'espaces dans les salles de cinéma ont structurellement progressé avec l'évolution du marché. Toutefois, en 2021, la dépense moyenne par film pour ce type de campagne s'élève à 71,2 K€, en net recul par rapport à 2020 (-20,0 %) et encore davantage par rapport à 2019 (-31,3 %), retrouvant un niveau proche de celui observé en 2007 (70,9 K€).
A l'inverse, la part des films de l'échantillon ayant fait l'objet d'une promotion en salles de cinéma progresse. 86,9 % des films d'initiative française agréés sortis en salles en 2021 ont ainsi bénéficié d'une promotion en salles de cinéma. Cette part est relativement stable par rapport à 2020 (86,9 %) et par rapport à 2019 (86,0 %) ; elle augmente sensiblement par rapport à 2007 (56,4 %, soit +30,5 points).

Ces dépenses sont essentielles puisqu'elles semblent avoir un impact important sur les spectateurs. La bande-annonce vue au cinéma est la première source d'information les incitant à aller voir un film (54,2 % des personnes interrogées âgées de 15 ans ou plus en 2021) d'après l'enquête *CinExpert* menée par l'institut Vertigo. Son impact est d'autant plus important auprès des spectateurs assidus du cinéma (65,5 % en 2021) et des 50 ans ou plus (60,3 %).

La part des dépenses sur internet connaît également une hausse significative entre 2007 et 2021 (+14,3 points), atteignant son plus haut niveau de la période en 2021 (19,6 %). Les achats d'espaces sur internet s'élèvent ainsi à 8,4 M€, un montant multiplié par plus de 3 en 14 ans, pour un nombre de films promus en hausse moins sensible (149 films en 2021, contre 105 films en 2007). Les éditeurs de films achètent de l'espace, notamment sur des réseaux sociaux comme Facebook, pour créer de la notoriété et de l'engagement sur un film. La communication digitale occupe une place de plus en plus importante dans la promotion des films car elle permet d'affiner le ciblage publicitaire à moindre coût et d'élargir son public en touchant une cible plus jeune. En 2020, internet a incité 22,2 % des spectateurs à aller voir un film en salles (28,6 % des étudiants), selon l'enquête *CinExpert*.
Il convient de signaler que les investissements consacrés à internet sont sous-estimés puisque certains éditeurs de films ont des comptes sur les réseaux sociaux pour leur société, qu'ils alimentent en interne et à partir desquels ils valorisent leurs sorties en salles. Cette pratique n'est pas prise en compte dans les chiffres ici analysés.

L'affichage demeure la première dépense publicitaire, concentrant 34,1 % des dépenses en achats d'espaces en 2021. Toutefois, les investissements des éditeurs de films sur ce média diminuent sensiblement sur la période : -39,2 % par rapport à 2007, à 14,6 M€, au plus bas devant 2020 (10,4 M€), et ce malgré un nombre de films plus important en 2021 (128 films bénéficiaires d'une campagne d'affichage) qu'en 2007 (119 films).
La proportion de films ayant bénéficié d'une campagne d'affichage progresse légèrement en 2021 à 82,7 %, contre 81,8 % en 2020 et 81,9 % en 2019. Sur la période, la part des films bénéficiaires augmente de 10,6 points (72,1 % en 2007). D'après l'enquête *CinExpert*, l'affiche du film attire 27,4 % des spectateurs dans les salles de cinéma en 2021. Cette part atteint 36,1 % pour les habitants de Paris et sa région.

Répartition des dépenses en achats d'espaces publicitaires (%)



Source : CNC.

Le décret du 27 mars 1992 interdisait toute publicité à la télévision pour les films distribués en salles. Ce décret ne s'appliquant pas aux chaînes par abonnement à « option cinéma » et à la télévision de rattrapage, quelques dépenses, marginales, étaient réalisées chaque année sur ce média. Par ailleurs, certains films bénéficient d'un parrainage, notamment les films des distributeurs dépendants d'une chaîne de télévision.
Depuis le 5 août 2020, un décret apporte des modifications au régime de publicité télévisée mentionnant, notamment que les chaînes de télévision peuvent diffuser des messages

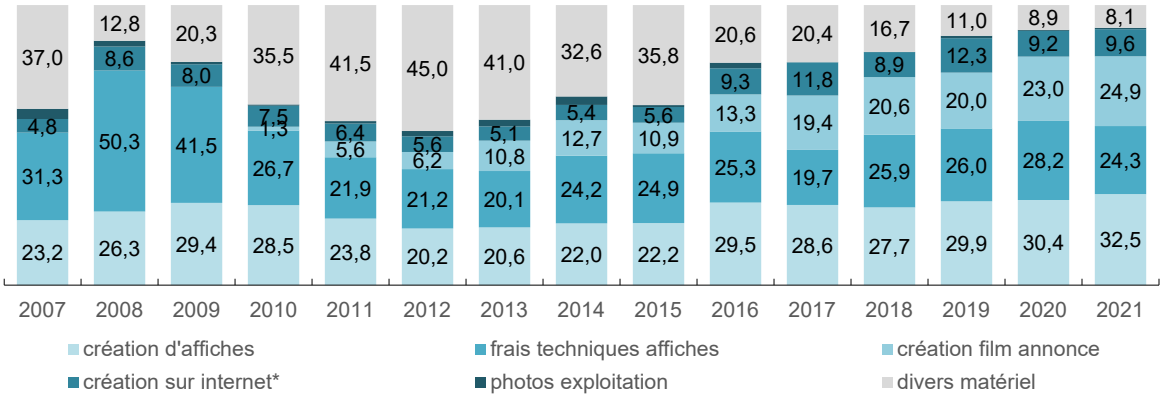
publicitaires concernant le secteur du cinéma et donc les films à proprement parlé. La part des dépenses à la télévision progresse ainsi sur la période, passant de 0,9 % des dépenses en achats d'espaces en 2019 à 13,8 % en 2021.
Au total, 114 films, toutes nationalités confondues, ont profité de l'ouverture de la publicité à la télévision en 2021 (25 entre août et décembre 2020). Sur le périmètre de l'étude, cela concerne 57 films d'initiative française agréés.
En 2021, les extraits ou bandes-annonces vus à la télévision incitaient 28,1 % des spectateurs de cinéma à aller voir le film en salles d'après l'enquête *CinExpert*. Cette part s'élève à 30,7 % pour les CSP- et 31,2 % pour les spectateurs occasionnels.

D. L'affiche, matériel publicitaire indispensable pour la promotion des films

Support promotionnel incontournable quel que soit le film et quelle que soit la stratégie de promotion envisagée, l'affiche impacte fortement les frais d'édition des films, concentrant régulièrement plus de 50 % des dépenses en matériel publicitaire pour l'ensemble des films et toujours plus de 40 %.
Les coûts relatifs à la fabrication des affiches (création et frais techniques) totalisent 56,8 % des dépenses en matériel publicitaire en 2021, contre 58,6 % en 2020, 55,9 % en 2019 et 54,4 % en 2007.

Depuis 2010 (début des données), la part consacrée à la création des films annonces est en progression constante, pour atteindre son plus haut niveau en 2021 à 24,9 % des dépenses en matériel publicitaire (1,3 % en 2010). Il convient de souligner que la création des films annonces n'est pas toujours imputée au budget des éditeurs de films, mais peut l'être à celui des producteurs. Au même titre que l'affiche, le film annonce est un élément incontournable dans la promotion d'une œuvre et peut être utilisé aussi bien en salles que sur internet ; 71,8 % des films déclarent ainsi des dépenses en création de film annonce.

Répartition des dépenses en matériel publicitaire (%)



* Site dédié / réseaux sociaux / blog / bannières publicitaires.
Source : CNC.

Les dépenses consacrées à la création sur internet (site dédié / réseaux sociaux / blog / bannières publicitaires) représentent 9,6 % des dépenses en matériel publicitaire en 2021. 88 films ont fait l'objet d'une création sur internet en 2021, représentant 56,4 % des 156 films

d'initiative française agréés de l'échantillon, soit la troisième part la plus élevée de la période après 2020 (58,6 %) et 2019 (57,5 %) et en nette progression par rapport à 2007 (43,6 %, soit +12,8 points). En 2021, 45,0 % des spectateurs âgés de 15 ans et plus ont déjà consulté la page Facebook d'un film, dont 20,7 % ont déjà cliqué sur « J'aime » d'après l'enquête *CinExpert* de Vertigo.

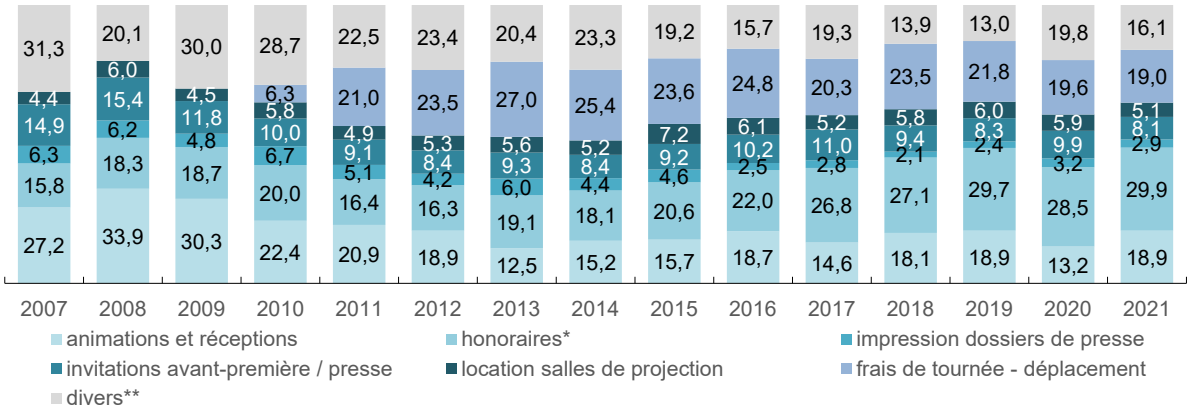
E. Près de la moitié des dépenses en frais divers de promotion consacrées à l'évènementiel

La répartition des frais divers de promotion (presse, avant-première, frais de tournée, …) révèle les stratégies de distribution pour promouvoir les films parallèlement à la publicité classique, promotion permettant le cas échéant d'initier un bouche-à-oreille favorable.

Les frais promotionnels divers sont majoritairement captés par les dépenses liées à la communication évènementielle autour du film : 19,0 % pour les frais de tournée et de déplacement, 18,7 % pour les animations et les réceptions, 5,1 % pour les locations de salles de projection et 4,1 % pour les invitations aux avant-premières en 2021.
Avec la levée des restrictions sanitaires, la part des dépenses en animations et réceptions est revenue à son niveau prépandémique : 18,9 % en 2021, 13,2 % en 2020, 18,9 % en 2019. A noter que la part de ces dépenses était toujours supérieure à 20 % avant 2012. En 2021, 135 films déclarent des dépenses en animations et réceptions (86,5 % de l'ensemble des films), contre 151 films en 2019 (78,2 %) et 114 en 2007 (69,1 %). En ce qui concerne les frais de tournée, les évolutions sont largement plus importantes sur la période : 144 films en 2021 (92,3 %), contre 177 en 2019 (91,7 %) et 40 en 2010 (22,2 %).
D'après l'enquête *CinExpert*, 8,0 % des spectateurs âgés de 15 ans ou plus ont assisté à une avant-première en présence de l'équipe du film en 2021.

Depuis 2018, les honoraires des agences de communication, community manager, web manager sont intégrés à l'étude, de façon bien distincte des honoraires des attachés de presse. En 2021, 29,9 % des dépenses en frais divers de promotion sont consacrées à l'ensemble de ces honoraires, dont 18,7 % aux honoraires des attachés de presse et 11,2 % aux honoraires des agences de communication et autres.

Répartition des dépenses en frais divers de promotion (%)



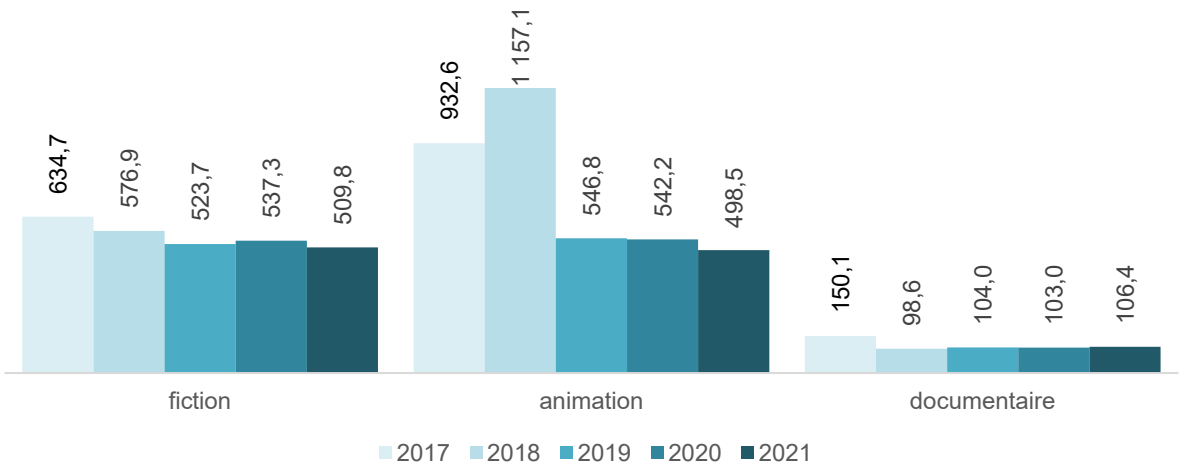
* Honoraires attaché de presse / agence de communication / community manager / web manager / etc.
** Documentation / photos de presse / divers.
Source : CNC.

III. Frais d'édition selon le type de films

A. Les frais moyens d'édition par film à leur plus bas niveau pour les fictions

L'analyse par genre révèle une forte disparité des frais d'édition des films d'initiative française qui peuvent également varier d'une année à l'autre. En 2021, un film documentaire bénéficie en moyenne de 106,4 K€ de dépenses de distribution, relativement stable au regard des trois dernières années. Un film d'animation et un film de fiction disposent de presque 5 fois plus.
Les frais moyens d'édition des films d'animation atteignent un niveau particulièrement bas en 2021 à 498,5 K€. Cette moyenne est fluctuante sur la période mais reste généralement au-dessus des 900 K€ par film chaque année. Elle est naturellement liée au potentiel commercial des films d'animation mais le nombre de films d'animation d'initiative française agréés sortis en salles est relativement faible chaque année et la présence d'un gros film, tout comme son absence (ce qui est le cas en 2021), peut faire varier drastiquement la moyenne.
En ce qui concerne la fiction, la moyenne observée en 2021 (509,8 K€) est la plus faible depuis 2004, juste devant 2015 (514,5 K€). Elle est largement inférieure à la moyenne sur l'ensemble de la période qui se situe à 624,5 K€. Depuis 2018, la moyenne annuelle par film est systématiquement inférieure à 600 K€, avant 2014 elle était toujours supérieure.

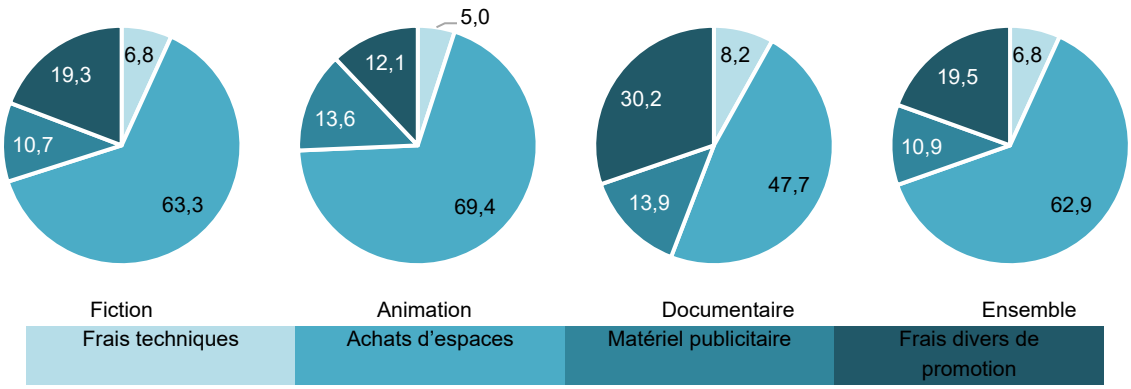
Frais d'édition moyens des films d'initiative française selon le genre



* Etablissements programmant les films au cours de la première semaine d'exploitation.
Source : CNC.

En raison du poids dominant du genre (entre 78 % et 91 % des sorties chaque année), la structure générale des dépenses de distribution des films de fiction est relativement similaire à celle de l'ensemble des films. La structure des frais d'édition des films d'animation diffère avec une part plus importante consacrée aux achats d'espaces et au matériel publicitaire. La structure des coûts de distribution des documentaires révèle une part sensiblement plus importante des frais divers de promotion et une part significativement moins importante des dépenses en achats d'espaces. Ceci est lié à l'économie du genre qui implique un travail de proximité plus important avec les salles et la presse plutôt que des achats d'espaces publicitaires coûteux.

Structure des frais d'édition des films d'initiative française selon le genre en 2021 (%)



Source : CNC.

Focus sur les genres de fiction

Le drame et la comédie sont les deux genres les plus représentés au sein des films en première exclusivité. Ils représentent 82,9 % des films d'initiative française agréés de fiction sortis en 2021.

Les **comédies** représentent 29,3 % des films d'initiative française de fiction sortis en 2021. Elles bénéficient de frais de sortie supérieurs de 58,2 % à la moyenne des fictions à 806,3 K€ par film en 2021 (509,8 K€ pour l'ensemble des films de fiction). Elles concentrent, en moyenne, les frais d'édition les plus importants par film. Ces montants correspondent à de larges combinaisons de sortie et de forts potentiels commerciaux, ces films étant destinés à un large public.

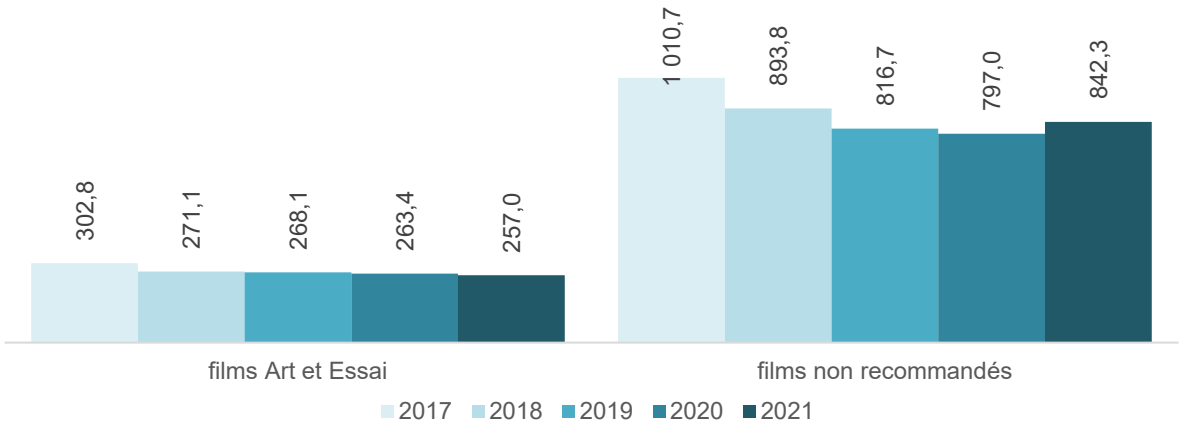
Les **drames** représentent 42,2 % des films d'initiative française de fiction sortis en 2021 mais affichent des frais d'édition moyens près de deux fois moins élevés (287,5 K€) que l'ensemble des films de fiction (509,8 K€) et bénéficient, en moyenne, de combinaisons de sortie plus restreintes.

Les éditeurs de films dépensent en proportion significativement plus en frais divers de promotion pour les films dramatiques (22,3 % en 2021, contre 19,3 % pour l'ensemble des fictions), ce qui est essentiellement lié à une part plus élevée des frais de tournées, d'honoraires d'attachés de presse, ainsi que de la location de salles de projection. Ce genre nécessite semble-t-il un accompagnement plus important de la presse et du public que les genres plus populaires qui obéissent davantage à une distribution « de masse ».

B. Des frais d'édition moyens en recul pour les films non recommandés

L'analyse selon la recommandation Art et Essai met en évidence une différence notable : en 2021, un film recommandé Art et Essai bénéficie, en moyenne, de 257,0 K€ de frais d'édition, soit 3,3 fois moins qu'un film non recommandé (842,3 K€). Les frais d'édition moyens investis pour les films recommandés Art et Essai en 2021 sont en diminution de 2,4 % par rapport à 2020, soit le niveau le plus bas depuis 2004 (première année de suivi de ces statistiques). La moyenne par film non recommandé augmente de 5,7 % entre 2020 et 2021 mais reste à un niveau nettement inférieur à celui observé en 2017 et 2018.

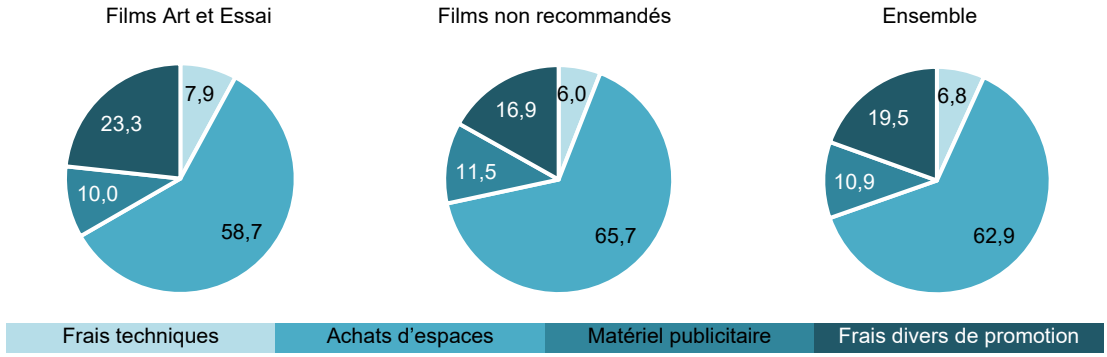
Frais d'édition moyens des films d'initiative française selon la recommandation



* Etablissements programmant les films au cours de la première semaine d'exploitation.
Source : CNC.

La structure des coûts de distribution des films recommandés Art et Essai révèle une part plus importante des frais divers de promotion (23,3 % en 2021) par rapport aux films non recommandés (16,9 %) et une part moins importante des dépenses en achats d'espaces (58,7 %, contre 65,7 % pour les films non recommandés) montrant l'importance de l'évènementiel et de la promotion « ciblée » pour ces films. Seulement 7,9 % des coûts de distribution des films Art et Essai sont dépensés pour les frais techniques, contre 6,0 % pour les films non recommandés et 6,8 % pour l'ensemble des films. Cette différence peut notamment s'expliquer par la plus grande circulation des œuvres recommandées qui peut entraîner un coût plus important pour le transport/envoi dématérialisé.

Structure des coûts de distribution des films d'initiative française selon la recommandation en 2021 (%)



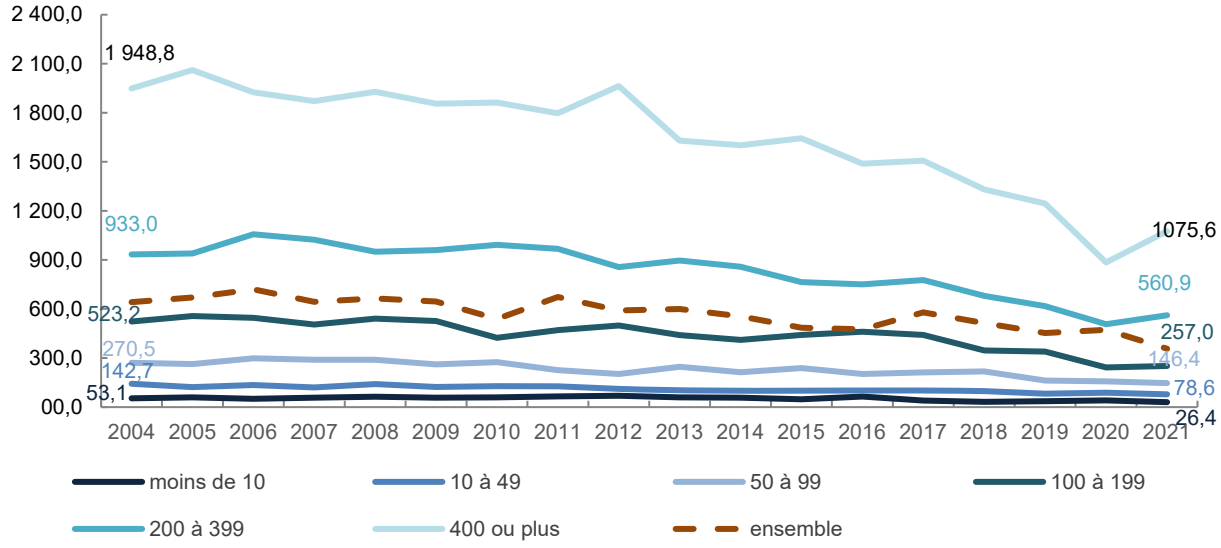
Source : CNC.

C. Des frais d'édition moyens qui progressent avec l'importance de la combinaison de sortie

Les frais d'édition d'un film progressent à mesure que la combinaison de sortie s'élargit. En 2021, les films sortis dans moins de 10 établissements en première semaine (S1) présentent des frais d'édition moyens de 26,4 K€ (40,1 K€ en 2020, 53,1 K€ en 2004) et les films sortis dans 100 à 199 établissements en S1 des frais d'édition près de 10 fois supérieur à 257,1 K€

(242,4 K€ en 2020, 523,2 K€ en 2004). Les frais moyens d'édition s'établissent à 1 075,6 K€ pour un film sorti dans 400 établissements ou plus en S1 en 2021 (885,1 K€ en 2020, 1 948,8 K€ en 2004), ce qui représente une moyenne plus de 4 fois supérieure à celle pour un film sorti dans 100 à 199 établissements en S1. Par rapport à 2004, les frais moyens d'édition reculent pour l'ensemble des tranches d'établissements première semaine. Cette baisse est toujours supérieure à 40 % quelle que soit la combinaison de sortie et atteint 51,0 % pour les films sortis dans 100 à 199 établissements en S1. Hors frais techniques, la baisse des frais moyens d'édition est plus limitée mais est supérieure à 20 % pour la quasi-totalité des tranches, mis à part pour les films sortis dans 200 à 399 établissements en première semaine (-15,7 %).

Frais moyens d'édition par film selon la combinaison de sortie[1] (K€)

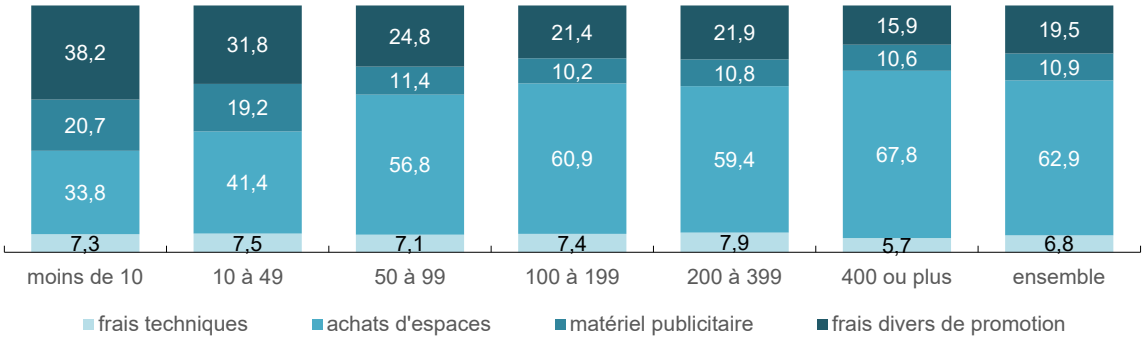


[1] Etablissements programmant les films au cours de la première semaine d'exploitation. Source : CNC.

La structure des frais d'édition d'un film d'initiative française varie selon sa combinaison de sortie. La part des achats d'espaces est corrélée positivement au nombre d'établissements en première semaine par film et donc à l'exposition des films dans les salles. En effet, la part des moyens financiers dédiés aux achats d'espaces publicitaires augmente à mesure que le nombre d'établissements en première semaine croît. Un film français sortant dans 100 établissements ou plus en première semaine bénéficie ainsi d'une campagne publicitaire d'envergure, afin d'optimiser la visibilité du film sur les différents médias (en moyenne, les frais d'édition consacrés aux achats d'espaces publicitaires pour les films à 100 établissements ou plus en S1 en 2021 représentent plus de 60 % du total des dépenses, contre 33,8 % pour les films à moins de 50 établissements en S1).

Les films à petite combinaison de sortie (moins de 10 établissements en S1) vont davantage miser sur les relations presse et effectuer un travail de proximité avec les salles (organisation d'avant-premières, rencontres avec le réalisateur, etc.). Ces frais de promotion divers représentent 38,2 % des frais d'édition de ces films en 2021. Acheter de l'espace publicitaire représente également un coût important pour ces films : en moyenne 53 580 € d'achats d'espaces par film pour les films sortis sur moins de 10 établissements en S1 en 2021.

Structure des frais d'édition des films d'initiative française selon la combinaison de sortie[1] en 2021 (%)

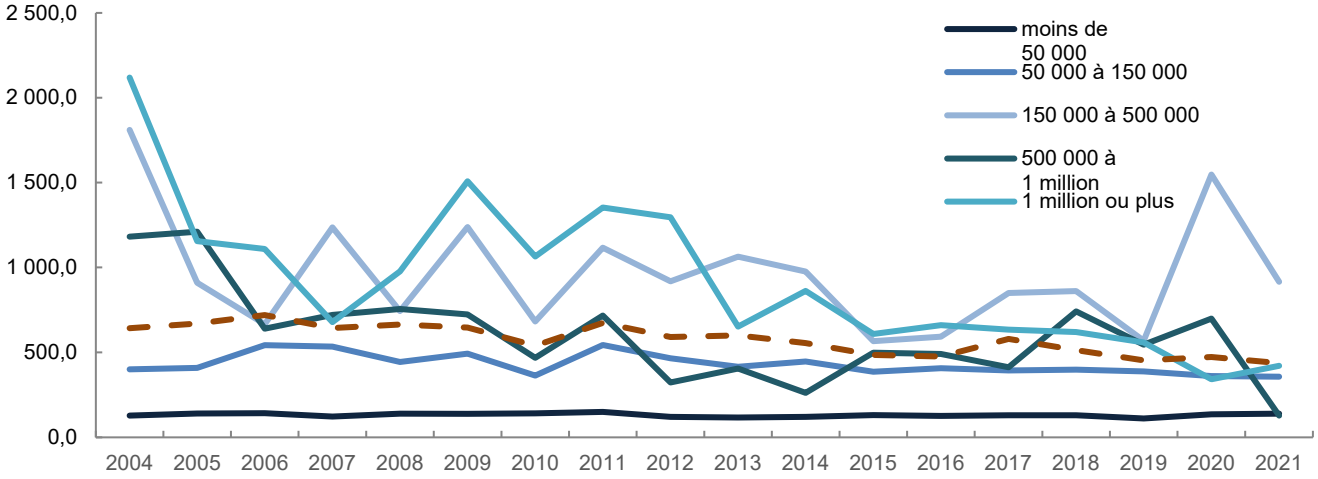


[1] Etablissements programmant les films au cours de la première semaine d'exploitation.
Source : CNC.

D. Une part plus importante des frais divers de promotion pour les films réalisant moins de 150 000 entrées

En 2021, les films d'initiative française ayant réalisé un million d'entrées ou plus sont sortis, en moyenne, dans 239 établissements en première semaine, avec des frais moyens d'édition de 437,1 K€. A l'opposé, les films ayant réalisé moins de 50 000 entrées en 2021 sont sortis, en moyenne, dans 68 établissements en première semaine et ont bénéficié d'un coût de distribution moyen de 139,0 K€.

Frais moyens d'édition par film selon le nombre d'entrées réalisées (K€)



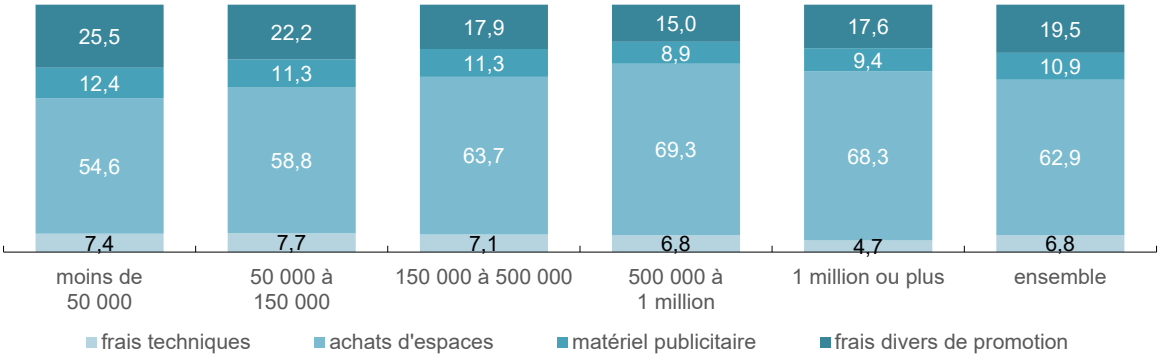
Source : CNC.

Les films à un million d'entrées ou plus concentrent 68,3 % de leurs dépenses en achats d'espaces en 2021 (62,9 % pour l'ensemble des films), mais affichent une part de dépenses en matériel publicitaire (9,4 %, contre 10,9 % tous films confondus) et en frais techniques (4,7 %, contre 6,8 % tous films confondus) inférieure à celle de l'ensemble des films.

En 2021, les films ayant réalisé entre 500 000 et un million d'entrées présentent un coût moyen de distribution de 128,4 K€, un record historique sur la période, expliqué par le contexte avec peu de films français réalisant plus de 500 000 entrées (13 en 2021, contre 35 en 2019 et 36 en 2004) et un marché pénalisé par la fermeture des salles liée à la crise sanitaire. Cette catégorie regroupe des films aux ambitions commerciales et aux frais d'édition très divers, qui varient entre 32,3 K€ et 670,0 K€. Elle comprend ainsi des titres comme *Le trésor du Petit Nicolas* ou *Illusions Perdues* qui, à partir de frais d'édition limités, parviennent à trouver un large public, mais aussi des films disposant de moyens plus ambitieux qui ne dépassent pas le seuil du million d'entrées.

Comme les années précédentes, les films à moins de 50 000 entrées affichent une part des frais divers de promotion plus élevée que celle de l'ensemble des films (25,5 %, contre 19,5 % pour l'ensemble des films). A l'inverse, la part investie dans les achats d'espaces (54,6 % en 2021) reste en-dessous de celle de l'ensemble des films (62,9 % en 2021). Il en est de même pour les films ayant enregistré entre 50 000 et 150 000 entrées en 2021.

Structure des frais d'édition des films d'initiative française selon le nombre d'entrées en 2021 (%)



Source : CNC.

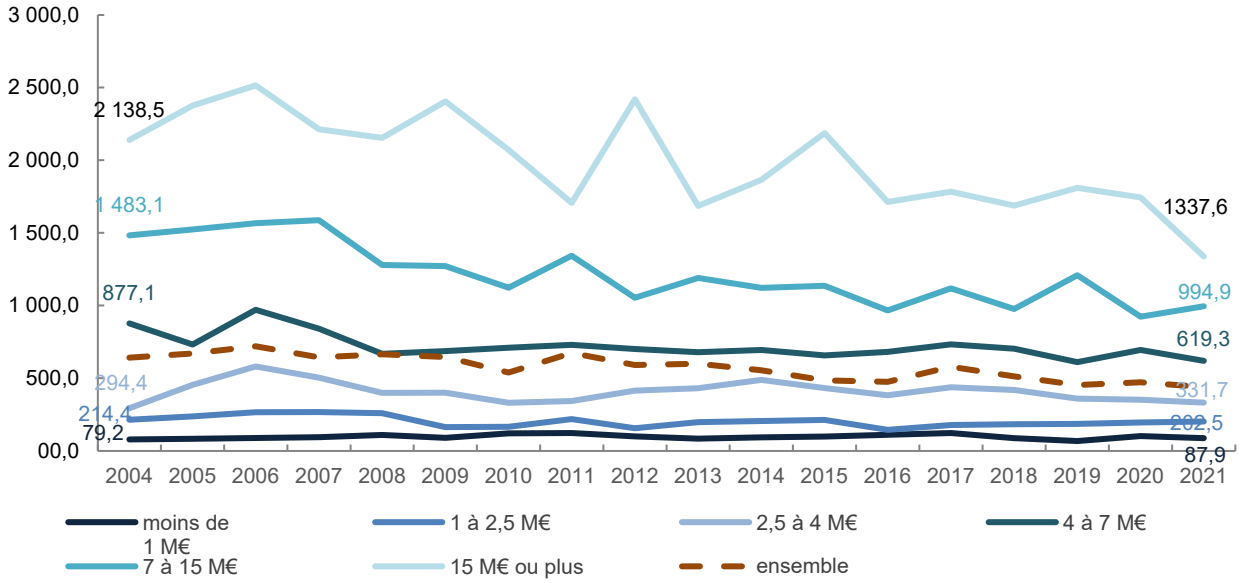
E. Des frais moyens d'édition étroitement corrélés au coût de production des films

Remarque méthodologique

Le CNC dispose des coûts de production de 3 028 films parmi les 3 102 de l'échantillon, soit 97,6 % (151 films parmi les 156 films de 2021, soit 96,8 %). Ces données sont issues des dossiers d'agrément de production. Dans les analyses qui suivent, les coûts de production et de distribution ont été additionnés afin d'appréhender le coût définitif d'un film au moment de sa sortie en salles.

Le coût consacré à la distribution d'un film augmente avec son coût de production. En 2021, un film dont le coût de production est inférieur à 1 M€ présente des frais d'édition moyens de 87,9 K€, quand un film dont le coût de production dépasse 15 M€ affiche, en moyenne, des frais d'édition près de 15 fois supérieurs (1,34 M€ en 2021).

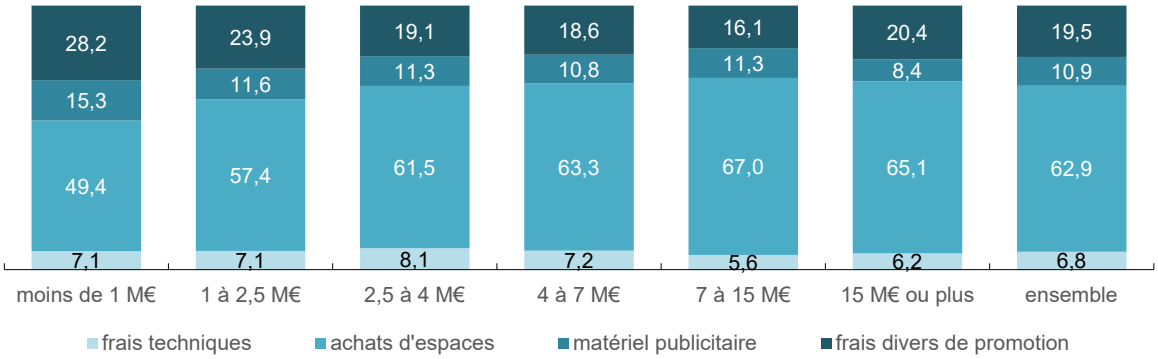
Frais moyens d'édition par film selon le coût de production (K€)



Base : 160 films sortis en 2004 pour lesquels le détail des coûts de production est disponible, 95 films en 2020, et 151 films en 2021. Source : CNC.

Le poids des postes de dépenses de distribution varie également en fonction du coût de production des films. Les dépenses en achats d'espaces représentent en moyenne 62,9 % des frais d'édition d'un film d'initiative française en 2021. Le poids des achats d'espaces est plus faible pour les films dont le coût de production est inférieur à 1 M€ (49,4 % des frais d'édition), alors qu'ils représentent plus de 60 % des frais d'édition pour les films dont le coût de production est supérieur ou égal à 4 M€ en 2021 et 65,1 % pour les films dont le coût de production est supérieur ou égal à 15 M€.

Structure des frais d'édition des films d'initiative française selon le coût de production en 2021 (%)

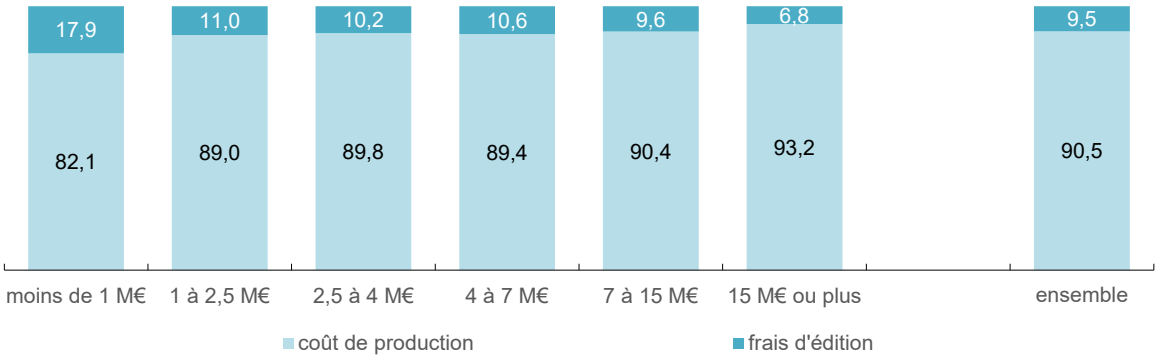


Base : 151 films sortis en 2021 pour lesquels le détail des coûts de production est disponible.
Source : CNC.

A plus de 2,5 M€ de coût de production, le poids des frais divers de promotion est inférieur ou égal à 20 % des coûts de distribution en 2021. Il s'élève à 16,1 % des frais d'édition pour les films dont le budget de production est compris entre 7 M€ et 15 M€, alors qu'il atteint 28,2 % pour les films aux coûts de production inférieurs à 1 M€.

En 2021, les frais d'édition captent 9,5 % des coûts définitifs de l'ensemble des films d'initiative française. Cette part s'élève à 17,9 % pour les films dont le coût de production est inférieur à 1 M€ et à 6,8 % pour ceux dont le coût est supérieur ou égal à 15 M€.

Part des frais d'édition dans le coût définitif des films d'initiative française selon le coût de production en 2021 (%)



Base : 151 films sortis en 2021 pour lesquels le détail des coûts de production est disponible.
Source : CNC.

Annexe 1 – Questionnaire

centre national du cinéma et de l'image animée

FRAIS D'EDITION DEFINITIFS

société :
titre du film :
n° de visa du film :

	montants (€)
FRAIS TECHNIQUES	
frais techniques de tirage de copies argentiques	
frais techniques de tirage de copies numériques (duplication DCP)	
frais liés aux KDM (création / fabrication)	
frais techniques de tirage du film annonce	
doublage	
sous-titrage	
stockage de copies	
transport (copies, films annonces) / envoi dématérialisé	
contributions numériques (VPF, Virtual Print Fee)	
Sous-Total HT	**0,00**

ACHATS D'ESPACES PUBLICITAIRES (hors honoraires)	
affichage	
radio	
internet	
presse	
cinéma	
télévision	
achats d'autres espaces	
Sous-Total HT	**0,00**

MATERIEL PUBLICITAIRE	
création d'affiches	
frais techniques affiches	
impression affiches	
création internet (site dédié / réseaux sociaux / blog / bannières publicitaires)	
création film annonce	
photos exploitation	
divers matériel pub. (PLV / brochures / leaflets / etc.)	
Sous-Total HT	**0,00**

COUT DE PROMOTION / DIVERS	
honoraires attaché de presse	
autres honoraires (agence de communication / community manager / web manager / etc.)	
dossiers de presse (conception, impression)	
invitations de presse	
locations de salles de projection	
photos de presse	
invitations avant-première	
animations / réceptions / opérations spéciales	
documentations	
frais de tournée / déplacements	
divers	
Sous-Total HT	**0,00**

TOTAL GENERAL	**0,00**

Les frais d'édition des films français sortis en salles en 2021

une publication
du Centre national
du cinéma
et de l'image animée
291 boulevard Raspail
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

direction des études,
des statistiques
et de la prospective
tél. 01 44 34 38 26
despro@cnc.fr

édité par la direction
de la communication
conception graphique
couverture : c-album
mars 2023